

อิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจ

วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคบริการ

ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย

The Influence of Innovative Organizations on Business Performance of Small and Medium - Sized Enterprises (SMEs) in Thailand's Accommodation Service Sector

พูนสวัสดิ์ แก้วเกียรติสกุล^{1*}, อมรรักษ์ สวณชูผล¹,

สิรินดา คลีสุนทร¹ และกัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล¹

Poonsawat Kaewkaitsaku^{1*}, Amonlux Shounchupon¹,
Sirinada Kleesunthron¹ and Kanyarat Teerathanachaiyakun¹

Received: June 3, 2024; Revised: April 18, 2025; Accepted: April 29, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรมของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการประเภทด้านที่พักแรมที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์หาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า องค์กรแห่งนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรมของประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ภาคบริการ ภาคบริการด้านที่พัก วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

¹ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์,
Innovative Aviation Business Management of College of Innovative Management of Valaya Along Korn
Rajabhat University Under the Royal Patronage

*Corresponding author e-mail: poonsawat@vru.ac.th

Abstract

The purpose of this research is to study the influence of innovative organizations on the business performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Thailand's accommodation service sector. The participants of this study were 400 SME entrepreneurs in the accommodation service sector who are members of the Association of Small and Medium Enterprises. The study employed a purposive sampling technique to recruit 400 SME entrepreneurs who are members of the Association of Small and Medium Enterprises. Data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics (multiple regression analysis). The findings revealed that innovative organizations have a significant influence on the business performance of SMEs in Thailand's accommodation service sector, with the impact being at a high level (statistical significance at the 0.05 level).

Keywords: Business Performance, Innovative Organization, Accommodation Service Sector, Small and Medium - Sized Enterprises (SMEs)

บทนำ

ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคบริการประเภทที่พักแรมของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งธุรกิจในกลุ่มนี้มีลักษณะการดำเนินงานที่มีความยืดหยุ่นและมีการปรับตัวตามความต้องการของตลาดท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยธุรกิจประเภทนี้มักจะดำเนินการในรูปแบบโรงแรมขนาดเล็ก เกสต์เฮาส์ โฮสเทล หรือรีสอร์ทที่มีขนาดห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง (Sakhizada et al., 2019) โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ท้องถิ่นและราคาประหยัด ธุรกิจ SMEs ในภาคที่พักแรมมีความสามารถในการสร้างความแตกต่างจากธุรกิจขนาดใหญ่ ด้วยการเน้นการให้บริการที่เป็นกันเองและการสร้างประสบการณ์ที่มีความพิเศษสำหรับลูกค้า การลงทุนเริ่มต้นที่ต่ำกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ ทำให้มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด (Sakhizada et al., 2019) นอกจากนี้ ธุรกิจ SMEs ยังสามารถตอบสนองแนวโน้มการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน โดยการพัฒนาโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ทั้งนี้ Khan et al. (2021) ได้กล่าวถึงผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจที่พักแรมว่า ปัจจัยบวก ได้แก่ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การลงทุนในพลังงานทดแทน หรือการปรับตัวเป็น “Green Hotel” ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในขณะที่ปัจจัยลบ ได้แก่ ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าวัสดุสิ้นเปลือง และค่าแรงการแข่งขันที่สูง โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีโรงแรมขนาดใหญ่หรือแบรนด์ระดับสากล ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักแรมได้อย่างมาก การเติบโตของ “Smart Hotels” หรือการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจที่พักแรม SMEs ก็เป็นอีกหนึ่งแนวโน้มที่น่าสนใจ โดยธุรกิจเริ่มใช้เทคโนโลยี เช่น การเช็คอินอัตโนมัติ การใช้แอปพลิเคชันในการจัดการห้องพัก หรือการนำพลังงานทดแทนมาใช้ เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อลดต้นทุนและดึงดูดลูกค้าที่สนใจความยั่งยืน (Gumel & Bardai, 2023)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมา ข้อเสนอการวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาอิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรมของประเทศไทยโดยผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ เช่น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การปรับปรุงการให้บริการ การใช้เทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากร การตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ที่พักแบบยั่งยืน หรือบริการที่มุ่งเน้นประสบการณ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดองค์กรแห่งนวัตกรรม

Becker et al. (1964) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า เป็นองค์กรที่มีการสนับสนุนบุคลากรในทุกระดับ ให้ได้ใช้พลังความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นและสร้างนวัตกรรมในองค์กร ภายใต้กระบวนการจัดการทรัพยากร ในองค์กรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและมีศักยภาพเพียงพอ จนสามารถนำไปสู่บริการ ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการ ในการทำงานรูปแบบใหม่ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ (Strategy and Vision) หมายถึง จุดมุ่งหวัง ความตั้งใจ ความมุ่งมั่น หรือสิ่งที่คิดว่าควรจะเป็นในอนาคต โดยผู้บริหารและบุคลากรทุกฝ่ายขององค์กร มองอนาคตร่วมกันจากการสำรวจ สภาพที่แท้จริง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร แล้วนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาให้องค์กร สอดคล้องและเข้ากันได้ภายใต้เงื่อนไขใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นตามกระแสโลกาภิวัตน์ 2) โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) หมายถึง การบริหารจัดการโครงสร้างการดำเนินงานตามแบบแผนที่กำหนดไว้ รวมทั้งความสัมพันธ์ ในเชิงบังคับบัญชาตามอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ ขนาดของการควบคุม ระดับการบังคับบัญชา และระบบการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีความยืดหยุ่น ทำให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการสร้างสรรค์นวัตกรรม และ 3) วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) หมายถึง พฤติกรรม บรรทัดฐาน ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ความเข้าใจ และแบบแผนพื้นฐานของคนส่วนใหญ่ในองค์กรเป็นฐานคติ ที่มีแบบแผนซึ่งถูกประดิษฐ์ หรือค้นพบจากการเรียนรู้โดยกลุ่มหรือองค์กร เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการ แก้ไขปัญหา การปรับตัว และถูกถ่ายทอดไปยังสมาชิกในองค์กร ด้าน Prihadyanti et al. (2023) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า องค์ประกอบขององค์กรแห่งนวัตกรรม สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน โดยเน้นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมในองค์กร ดังนี้ 1) วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่ชัดเจน (Clear Vision and Strategy) องค์กรต้องมีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรม ทั้งการกำหนดกลยุทธ์ที่ส่งเสริมให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ตลอดจนการเปลี่ยนแปลง 2) ผู้นำที่สนับสนุนนวัตกรรม โดยผู้นำต้องมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุน และส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม ตลอดจน การกระตุ้นให้เกิดวัฒนธรรมการทดลองการเรียนรู้จากความล้มเหลว และ 3) วัฒนธรรมองค์กร โดยการส่งเสริม วัฒนธรรมที่เปิดกว้างต่อความคิดใหม่ ๆ สนับสนุนการทำงานร่วมกัน และการแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคลากร

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ แนวคิดองค์กรแห่งนวัตกรรม ของ Becker et al. (1964) ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ 2) โครงสร้างองค์กร และ 3) วัฒนธรรมองค์กร มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

2. แนวคิดผลการดำเนินงานของธุรกิจ

Sahin et al. (2019) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า ผลการดำเนินการทางธุรกิจ เป็นมุมมองในภาพรวม ที่แสดงถึงผลลัพธ์การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ด้าน Aswar et al. (2022) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ผลการดำเนินการทางธุรกิจไว้อย่างน่าสนใจว่า ผลการดำเนินการทางธุรกิจ เป็นตัวชี้วัดในการประเมินระดับของ ความสำเร็จ การดำเนินธุรกิจทุกอย่าง เพื่อมุ่งหวังผลกำไร เพราะเป็นผู้ผลิตสินค้า และให้บริการสู่ระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานทางธุรกิจหรือองค์กร จึงมีความหมายที่แตกต่างไปจากความหมายของประสิทธิผลองค์กร ในทางธุรกิจแล้วผลประโยชน์ขององค์กร หมายถึง ผลการดำเนินการในขั้นตอนสุดท้ายขององค์กร เป็นเสมือนการมอง

ผลที่เกิดขึ้นจากภายนอกที่ครอบคลุมมิติ 3 ด้าน คือ 1) เป็นผลการดำเนินการด้านการเงิน 2) เป็นผลการดำเนินการด้านการตลาด และ 3) เป็นผลตอบแทนของผู้ที่มีส่วนได้เสียกับองค์กร หรือผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ Al Sawalqa et al. (2011) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า ผลการดำเนินงานขององค์กรเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากความสอดคล้องระหว่างสองปัจจัยหรือมากกว่าขององค์กร โดยความสอดคล้องนี้หมายถึงการที่องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อให้เข้ากันกับบริบทรอบข้างเพื่อความอยู่รอดหรือเพื่อสร้างผลการดำเนินงานขององค์กร ในอดีตที่ผ่านมา ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Business Performance) นิยมวัดจากผลตอบแทนของสินทรัพย์ การเติบโตของยอดขาย ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยผลการดำเนินงานทางธุรกิจสามารถแบ่งได้ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ 2) ผลการดำเนินงานไม่ใช้การเงิน ซึ่งสามารถอธิบาย ได้ดังนี้

1). ผลการดำเนินงานด้านการเงิน หมายถึง ผลการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงิน ใน 4 ด้าน คือ ความยั่งยืนทางการเงินในระยะสั้น ความยั่งยืนทางงบประมาณ ความยั่งยืนทางการเงินในระยะยาว และความเพียงพอของการให้บริการ

2) ผลการดำเนินงานไม่ใช้การเงิน หมายถึง ผลการดำเนินงานทางธุรกิจใน 2 มุมมอง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า การตัดสินใจทางด้านผลิตภัณฑ์ การใช้กระบวนการใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพดีขึ้น การจัดการด้านราคา การจัดการด้านการกระจายสินค้า ปริมาณยอดขายที่เพิ่มพูนลักษณะ และตราสินค้า

3. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคบริการประเภทที่พักแรมของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจท่องเที่ยวและการบริการของประเทศ เนื่องจากมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภาคที่พักแรมในประเทศไทยมีกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ท้องถิ่นหรือราคาประหยัด ลักษณะของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคที่พักแรมของประเทศไทยประกอบด้วย

1) รูปแบบธุรกิจที่หลากหลาย ธุรกิจ SMEs ภาคที่พักแรมของประเทศไทยมักจะดำเนินการในรูปแบบโรงแรมขนาดเล็ก เกสต์เฮาส์ โฮสเทล หรือรีสอร์ทที่มีห้องพักจำนวนน้อยกว่า 50 ห้อง ซึ่งแตกต่างจากโรงแรมขนาดใหญ่หรือแบรนด์ระดับสากลที่มักจะมีห้องพักจำนวนมาก การดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถปรับตัวได้ง่ายและมีความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2) การบริการที่เป็นกันเอง หนึ่งในลักษณะเด่นของธุรกิจที่พักแรม SMEs คือการให้บริการที่มีความเป็นกันเอง โดยมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่มีความพิเศษสำหรับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคล หรือการให้บริการในบรรยากาศที่อบอุ่นและเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

3) ตลาดเป้าหมาย ธุรกิจที่พักแรม SMEs ในประเทศไทยมักจะเน้นการให้บริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) หรือราคาประหยัด เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่ม Backpacker หรือกลุ่มที่เดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรม ซึ่งอาจจะไม่มีกำลังซื้อสูง แต่ต้องการประสบการณ์ที่หลากหลายและไม่เหมือนใคร

4) การลงทุนและต้นทุนต่ำกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ ธุรกิจที่พักแรม SMEs มักจะมีต้นทุนการลงทุนเริ่มต้นที่ต่ำกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ ซึ่งช่วยให้สามารถปรับตัวตามสภาพการตลาดและมีความยืดหยุ่นในการปรับกลยุทธ์ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังมีโอกาสในการสร้างธุรกิจแบบเฉพาะกลุ่ม เช่น การสร้างที่พักในธีมที่น่าสนใจหรือมีเอกลักษณ์

5) การพัฒนาอย่างยั่งยืน ในยุคปัจจุบันแนวโน้มการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นสิ่งที่ธุรกิจที่พักแรม SMEs ต้องคำนึงถึง เช่น การใช้พลังงานทดแทน การลดขยะ หรือการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ในการบริการ ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มองหาที่พักที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน

6) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมธุรกิจ SMEs ในภาคที่พักแรมเริ่มนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ เช่น การติดตั้งระบบบัญชีดิจิทัล การใช้แอปพลิเคชันในการจัดการการจองห้องพัก หรือการใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้าและลดต้นทุนการดำเนินงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดผลการดำเนินของธุรกิจของ Al Sawalqa et al. (2011) ประกอบด้วย 1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ 2) ผลการดำเนินงานไม่ใช้การเงิน มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

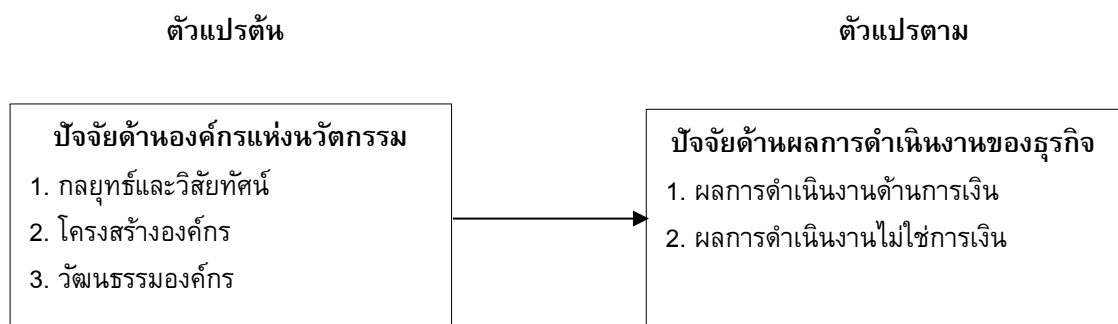
1. ตัวแปรต้น

ปัจจัยด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ แนวคิด ทฤษฎีของ Becker et al., (1964) ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ (1) กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ (2) โครงสร้างองค์กร และ (3) วัฒนธรรมองค์กร มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

2. ตัวแปรตาม

ปัจจัยด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ แนวคิด ทฤษฎีของ Al Sawalqa et al. (2011) ซึ่งประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ (2) ผลการดำเนินงานไม่ใช้การเงิน มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรมของประเทศไทย” ที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ามีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : Becker et al. (1964) และ Al Sawalqa et al. (2011)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรมของประเทศไทยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมุ่งเน้นการตรวจสอบถามเฉพาะ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเท่านั้น โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม

2. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมภาคบริการประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย จำนวน 846 แห่ง มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 125,678 คน (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2023)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejcie and Morga (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้งสิ้นจำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ ใช้แนวคิด ทฤษฎีของ Becker et al. (1964) ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ 2) โครงสร้างองค์กร และ 3) วัฒนธรรมองค์กร มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert ได้แก่ 5) เห็นด้วยมากที่สุด 4) เห็นด้วยอย่างมาก 3) เห็นด้วยปานกลาง 2) เห็นด้วยน้อย และ 1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลการดำเนินของธุรกิจ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ ใช้แนวคิด ทฤษฎีของ Al Sawalqa et al. (2011) ซึ่งประกอบด้วย 2 องค์ประกอบได้แก่ (1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ (2) ผลการดำเนินงานไม่ใช้การเงิน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert ได้แก่ (5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยอย่างมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย และ (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

4. การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

4.1 การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงในเนื้อหา (Validity) โดยหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC) ระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ (Hambleton, 1984) โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับนิยามศัพท์
	$\sum R$	แทน	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยเกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC ของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ แต่ละท่าน ดังนี้

- +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ
- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดไม่ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ

และเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ส่วนที่มีค่าน้อยกว่า 0.6 ให้ตัดทิ้งไป แต่หากต้องการนำมาใช้ จะต้องดำเนินการปรับปรุงและแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำ ของผู้เชี่ยวชาญ (Hambleton, 1984) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีค่าเท่ากับ 0.78 สามารถนำมาใช้ในการวิจัยได้

4.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้ (Try - Out) กับพนักงานที่มีลักษณะการปฏิบัติงานใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีค่าเท่ากับ 0.95 ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	n	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือ
	$\sum S_i^2$	แทน	คะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	S_t^2	แทน	คะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

5.1.1 การตรวจแบบสอบถามและการให้คะแนน

- 1) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของแบบสอบถาม ทั้ง 400 ฉบับ
- 2) ระดับกระบวนการจัดการ และระดับผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบมาตรวัดของ Likert ดังนี้

เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด	ให้คะแนนเป็น 5
เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก	ให้คะแนนเป็น 4
เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง	ให้คะแนนเป็น 3
เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย	ให้คะแนนเป็น 2
เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น 1

5.1.2 การแปลความหมายคะแนน

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำค่ามาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการแปลผล (Hambleton, 1984) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00	หมายถึง เห็นด้วยอย่างมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50	หมายถึง เห็นด้วยอย่างมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามไปยังสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักรวมของประเทศไทย โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในบางส่วน และบางส่วนจะทำการส่งทางไปรษณีย์ให้กับผู้ประสานงานซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรณีที่ยังไม่ได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดตามครั้งที่ 2 และ 3 โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น ส่งแบบสอบถามไปให้ใหม่ โทรศัพท์สอบถาม และติดตามด้วยตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 400 ฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน

7.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ใช้สำหรับวิเคราะห์ระดับของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) และองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovations Organization)

7.3 ใช้การวิเคราะห์หาการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ในการวิจัยเรื่องอิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักรวมของประเทศไทย

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ด้านอายุ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุ 18 - 25 ปี และ 26 - 35 ด้านสถานภาพการสมรส พบว่าเป็นกลุ่มที่มีสถานภาพสมรสโสดมากที่สุด ด้านระดับการศึกษาพบว่าผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด และด้านรายได้ต่อเดือนพบว่ากลุ่มรายได้ 5,000 - 10,000 บาทและ 10,001 - 15,000 บาทมีจำนวนมากที่สุด

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ ตอบวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภหาด้านที่พักแรมของประเทศไทยผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรแห่งนวัตกรรม

องค์กรแห่งนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1) กลยุทธ์และวิสัยทัศน์	3.33	1.03	ปานกลาง
2) โครงสร้างองค์กร	3.92	0.81	มาก
3) วัฒนธรรมองค์กร	3.59	1.11	มาก
รวม	3.61	0.77	มาก

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์กรแห่งนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.77)

ปัจจัยด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ศึกษามี 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ 2) ผลการดำเนินงานไม่ใช้การเงิน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	3.91	0.67	มาก
2) ผลการดำเนินงานไม่ใช้การเงิน	3.77	0.75	มาก
รวม	3.84	0.66	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.66)

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ว่า อิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภหาด้านที่พักแรมของประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) องค์การแห่งนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่פקแรมของประเทศไทย

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	0.853	0.151	-	5.662	0.000
ด้านกลยุทธ์และวิสัยทัศน์	0.272	0.036	0.352	7.636	0.000
ด้านโครงสร้างองค์กร	0.419	0.042	0.408	9.973	0.000
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.102	0.030	0.138	3.405	0.000
R = 0.762, R ² = 0.581, Adjusted R ² = 0.578, F = 178.305, Sig = 0.000*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายได้ว่า องค์การแห่งนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่פקแรมของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก โดย b คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัว ค่า SE_b คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ b ค่า t คือ ค่าสถิติ t สำหรับการทดสอบสมมติฐาน และค่า Sig. คือ ค่า p-value ซึ่งใช้ทดสอบความนัยสำคัญทางสถิติของแต่ละตัวแปร (ค่าที่น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ) โดยค่า R = 0.762 แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงระหว่างตัวแปรต้นรวมกันกับตัวแปรตาม ด้านค่า R² = 0.581 หมายถึง ตัวแปรต้นทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ 58.1% ด้าน Adjusted R² = 0.578 ยืนยันว่าโมเดลนี้เหมาะสมแม้ปรับค่าตามจำนวนตัวแปรแล้ว และค่า F = 178.305 และ Sig. = 0.000 แสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสมทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นอกจากนี้สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรต้น ด้านกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยค่าบวกแสดงว่าการมีวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่ชัดเจนจะช่วยให้ธุรกิจมีผลงานดีขึ้น ด้านโครงสร้างองค์กร เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดโมเดล (ค่า b สูงที่สุด) และมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานแบบนวัตกรรมช่วยส่งเสริมผลการดำเนินงานอย่างเด่นชัด และด้านวัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกเช่นกัน แม้จะมีค่าน้อยกว่าอีก 2 ตัวแปร แต่ยังมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมก็มีบทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่ว่า เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์การแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่פקแรม

ผลการวิจัยพบว่า องค์การแห่งนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผลการดำเนินของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่פקแรมของประเทศไทยอยู่ในระดับมากซึ่งผลการวิจัยนี้บ่งชี้ว่า องค์การแห่งนวัตกรรม โดยเฉพาะในด้านกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ โครงสร้างองค์กร และวัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการ ประเภทที่פקแรมของประเทศไทย โดยผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถยืนยันได้ว่าการพัฒนาและการจัดการองค์กรในด้านนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจดังกล่าว

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า องค์การแห่งนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผลการดำเนินของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่פקแรม ของประเทศไทย อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prihadyanti et al. (2023) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรมทางสังคม: มุมมองของผู้ให้นวัตกรรม ผลการวิจัยพบว่านวัตกรรมทางสังคม (SI) เป็นแนวทางแก้ไขปัญหาและความท้าทายต่าง ๆ ในภาคการเกษตร สตาร์ทอัพ

ด้านเทคโนโลยีทางการเกษตรถือเป็นตัวแทนสำคัญในการพัฒนา SI ในภาคส่วนนี้ ในอินโดนีเซีย สตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีทางการเกษตรคาดว่าจะพัฒนา SI เพื่อการพัฒนาการเกษตรที่ยั่งยืนในแผนพัฒนาแห่งชาติระยะกลางปี 2020 - 2024 โดยใช้กรณีศึกษาหลายกรณี เอกสารนี้พยายามเสริมวรรณกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบันและเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่าง SI และนวัตกรรมแบบดั้งเดิม งานวิจัยนี้ยังกล่าวถึงบทบาทขององค์กรธุรกิจซึ่งเป็นตัวแทนโดยสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีทางการเกษตรในการพัฒนา SI โดยสังเกตแบบจำลองการแพร่กระจายและกระบวนการตัดสินใจด้านนวัตกรรม งานวิจัยนี้ระบุลักษณะเฉพาะของ SI เชิงทฤษฎีที่เสริมด้วยคำอธิบายเชิงประจักษ์ระบุแบบจำลองการแพร่กระจายสามแบบที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจด้านนวัตกรรมและช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน บัจจุบันภายในและภายนอกหลายประการมีอิทธิพลต่อกระบวนการแพร่กระจาย ในกระบวนการนี้ สตาร์ทอัพยังมีบทบาทเชื่อมโยงที่แตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของบริษัทอีกด้วย โดยให้ผลในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนา SI ที่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ekawarna et al. (2023) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการสร้างแบบจำลององค์กรวัฒนธรรมใหม่โดยใช้กรอบค่านิยมการแข่งขันเพื่อเร่งความสำเร็จอันชาญฉลาด ผลการวิจัยพบว่า การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) การวัดว่าปัจจุบันโครงการศึกษาระดับปริญญาเอกมีวัฒนธรรมองค์กรแบบใด โดยใช้เครื่องมือประเมินวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture Assessment Instrument : OCAI) 2) การสร้างรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรใหม่ทีคาดว่าจะเป็ของโครงการศึกษาระดับปริญญาเอกในอนาคต ใช้กรอบค่านิยมเชิงแข่งขัน (Competing Values Framework : CPF) เพื่อเร่งการบรรลุผลสำเร็จของแพลตฟอร์ม SMART ของ UNJA 3) การกำหนดแผนงานและการวัดประสิทธิภาพเชิงกลยุทธ์ในสาขาใดก็ตามในโครงการศึกษาระดับปริญญาเอก ซึ่งสามารถรองรับการเร่งรัดการบริหารงานได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เหล่านี้ นักวิจัยใช้การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเชิงพรรณนาและเทคนิคการศึกษาวรรณกรรมและแบบสอบถามเป็นวิธีการรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาเผยให้เห็นว่าวัฒนธรรมตระกูลและวัฒนธรรมลำดับชั้นเป็นวัฒนธรรมที่โดดเด่นในโครงการศึกษาระดับปริญญาเอก นอกจากนี้ วัฒนธรรมการตลาดยังเป็นประเภทหนึ่งที่คาดว่าจะมีอยู่ในโครงการศึกษาระดับปริญญาเอกอีกด้วย นอกจากนี้ องค์กรปัจจุบัน (OCAI) และองค์กรที่คาดหวัง (วัฒนธรรมที่ปรารถนา) ภายในกรอบการเร่งความสำเร็จของ UNJA SMART รวมถึงการนำองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และความยุติธรรมมาปฏิบัติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Simatupang et al. (2022) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง นโยบายนวัตกรรมของอินโดนีเซีย : วิวัฒนาการและโครงสร้างสถาบัน ผลการวิจัยพบว่า ควบคู่ไปกับการพัฒนาของโลกที่ส่งเสริมให้ทุกประเทศสร้างสรรค์สิ่งใหม่ อินโดนีเซียยังมีความทะเยอทะยานที่จะเพิ่มนวัตกรรมในประเทศอีกด้วย แรงผลักดันคือความสำเร็จของประเทศอื่น ๆ อีกหลายประเทศในการเพิ่มการเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านนวัตกรรม อินโดนีเซียมีความปรารถนาเดียวกันในการมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ตลอดจน มีการพัฒนาในนโยบายนวัตกรรมอินโดนีเซียในแง่ของโครงสร้างสถาบันและการนำโครงการนวัตกรรมไปปฏิบัติบทความนี้พยายามระบุว่านโยบายนวัตกรรมได้รับการพัฒนาอย่างไร ผ่านการวิเคราะห์เชิงปริมาณของกฎระเบียบด้านนวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีตั้งแต่ปี 2004 บทความนี้ได้แบ่งกฎระเบียบออกเป็นสี่ยุคตามยุคของประธานาธิบดีที่ได้รับการเลือกตั้งตั้งแต่ปี 2004 ถึงปี 2024 มีการดำเนินการเชิงปริมาณแบบหลายมิติเพื่อตรวจสอบนโยบายนวัตกรรมของอินโดนีเซีย การค้นหานโยบายจะดำเนินการโดยการค้นหากฎระเบียบในฐานข้อมูลกฎระเบียบของอินโดนีเซียสองแห่ง จากผลการวิเคราะห์พบว่า อินโดนีเซียได้ขับเคลื่อนนโยบายด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงนโยบายที่สนับสนุนเงินทุนด้านนวัตกรรม และได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงการจัดตั้งองค์กรด้านนวัตกรรมหลายประการเพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดีขึ้นระหว่างนักวิจัยที่สร้างผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรมนวัตกรรมในฐานะผู้ใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Islahuddin et al. (2021) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่อาศัยการพัฒนาวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเป็นยาครอบจักรวาล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาของนวัตกรรมการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น

แนวทางแก้ไขที่ถูกต้องในการคาดการณ์ผลกระทบเชิงลบของการระบาดของ COVID-19 ที่กระทบต่อโลกมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศหมู่เกาะ นวัตกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลเป็นยาครอบจักรวาลอย่างหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะสามารถเปลี่ยนศักยภาพให้กลายเป็นความสามารถด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าได้ทั้งสำหรับประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงนักท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่สำคัญยิ่ง (SPD) ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่อิงจากนวัตกรรมการท่องเที่ยวนั้นได้มาจากการสังเกต การสัมภาษณ์ การอภิปรายกลุ่ม และการค้นหาเอกสารที่จำเป็น เทคนิคการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ-เชิงพรรณนาถูกนำมาใช้ตามขั้นตอนของแบบจำลองเชิงโต้ตอบ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูล การนำเสนอข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การตรวจสอบและสรุปผลผลลัพธ์ แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาของนวัตกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลถือเป็นยาครอบจักรวาลอย่างหนึ่งสำหรับความพยายามในการกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน SPD ของอินโดนีเซีย นวัตกรรมการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยดำเนินการผ่านการเสริมสร้างเสา SPD การตลาดการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรบุคคล (HR) และสถาบันการท่องเที่ยว นวัตกรรมในแง่มุม 5A

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคบริการ ประเภหาด้านที่พักแรม

ผลการวิจัย พบว่า องค์กรแห่งนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภหาด้านที่พักแรมของประเทศไทย อยู่ในระดับมาก ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรที่มีกรวางกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มีโครงสร้างที่เอื้อต่อการพัฒนา และมีวัฒนธรรมที่สนับสนุนนวัตกรรม จะส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการสร้างผลกำไร ตลอดจนทำให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจดีขึ้น

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.2.1 การส่งเสริมการลงทุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม รัฐบาลควรสนับสนุน SMEs ในการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เช่น ระบบการจองออนไลน์ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และเทคโนโลยี AI เพื่อปรับปรุงการบริการและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

2.2.2 การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม จัดอบรมและพัฒนาทักษะด้านนวัตกรรมให้แก่ผู้ประกอบการและพนักงานใน SMEs โดยเน้นการฝึกอบรมในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี การตลาดดิจิทัล การวางแผนเชิงกลยุทธ์ และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรม

2.2.3 การจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาาร่วมกัน รวมถึงสร้างพื้นที่ให้ SMEs ได้ทดลองหรือพัฒนานวัตกรรม

2.2.4 การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและเงินทุนสนับสนุน ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี เช่น การลดหย่อนภาษี สำหรับการลงทุนในโครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม พร้อมทั้งจัดตั้งกองทุนสนับสนุนเพื่อช่วยเหลือการระดมทุนให้กับ SMEs ในการพัฒนานวัตกรรม

2.2.5 การส่งเสริมการตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านนวัตกรรม ช่วยเหลือ SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างความแตกต่าง และการผลักดันให้แบรนด์ไทยเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ

2.2 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

2.2.1 การจัดตั้งโครงการนำร่องในพื้นที่เป้าหมาย เริ่มต้นด้วยการทดลองนำนโยบายไปใช้ในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง เช่น แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (เชียงใหม่ ภูเก็ต หรือกระบี่) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง SMEs ที่มีความพร้อมและติดตามผลอย่างใกล้ชิดเพื่อปรับปรุงแนวทางก่อนขยายผลในวงกว้าง

2.2.2 การสร้างกลไกความร่วมมือและระบบติดตามผล ตั้งแต่การทำงานหรือหน่วยงานที่มีบทบาทในการประสานงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อติดตามความคืบหน้า วัตถุประสงค์ของนโยบาย และปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของ SMEs ในพื้นที่

2.2.3 การประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลจัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการสนับสนุน ข้อเสนอแนะด้านสิทธิประโยชน์ และการอบรม เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs เข้าถึงได้ง่าย พร้อมทั้งจัดสัมมนาหรือกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ในระดับท้องถิ่นเพื่อสร้างความตระหนักรู้และกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการใช้นวัตกรรม

2.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.3.1 การศึกษาเปรียบเทียบข้ามอุตสาหกรรม วิจัยเปรียบเทียบผลกระทบของนวัตกรรมใน SMEs ระหว่างอุตสาหกรรมบริการประเภทที่พักแรมและอุตสาหกรรมบริการอื่น ๆ (เช่น ร้านอาหารหรือการท่องเที่ยว) เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่เฉพาะเจาะจงและแนวทางที่เหมาะสมในแต่ละภาคธุรกิจ

2.3.2 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างนวัตกรรมกับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้นวัตกรรมต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ การจ้างงานในท้องถิ่น และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในธุรกิจที่พักแรม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างความยั่งยืนและการพัฒนา

2.3.3 การเจาะลึกปัจจัยด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ประกอบการ วิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม ความพร้อม และทัศนคติของผู้ประกอบการใน SMEs ต่อการใช้นวัตกรรม โดยเน้นศึกษาปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหรือแรงจูงใจในการปรับตัว ซึ่งข้อมูลนี้จะช่วยพัฒนานโยบายที่ตรงเป้าหมายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Al Sawalqa, F., Holloway, D., & Alam, M. (2011). Balanced scorecard implementation in Jordan: An initial analysis. *International Journal of Electronic Business Management*, 9(3), 196-210.
- Aswar, K., Ermawati, E., Juliyanto, W., Andreas, A., & Wiguna, M. (2022). Adoption of e-government by Indonesian state universities: An application of technology acceptance model. *Problems and Perspectives in Management*, 20(1), 396-406.
- Becker, G. M., DeGroot, M. H., & Marschak, J. (1964). Measuring utility by a single-response sequential method. *Behavioral science*, 9(3), 226-232.
- Gumel, B. I., & Bardai, B. B. (2023). A review of critical success factors influencing the success of SMEs. *SEISENSE Business Review*, 3(1), 37-61.
- Hambleton, R. K. (1984). *Validating the test scores*. In Berk, R. A., (Ed), *A guide to criterion-referenced test construction* (pp. 199 – 223). The Johns opkins University Press.
- Islahuddin, I., Akib, H., Masatip, A., Sailan, M., & Eppang, B. M. (2021). *Articel-Creative Economy based on innovation development in tourismdestinations a Panacea*. Makassar Tourism Polytechnic.

- Khan, A. J., Tufail, S., & Ali, A. (2021). Factors affecting performance of small & medium enterprises: The mediating role of knowledge management. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 9(2), 197-209.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Sample size determination table. *Educational and psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2023). *Report on small and medium enterprises in the service sector: Accommodation businesses in Thailand*. Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP).
- Prihadyanti, D., Aziz, S. A., & Sari, K. (2024). Diffusion of social innovation: The innovation provider's perspective. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), 4516-4570.
- Sahin, H., & Topal, B. (2019). Examination of effect of information sharing on businesses performance in the supply chain process. *International Journal of Production Research*, 57(3), 815-828.
- Sakhizada, A. F., & Rasa, M. M. (2019). Factors influencing the performance of small & medium enterprises (SMEs) in trade: empirical evidence from Afghanistan. *Journal of Management Technology*, 5(3), 1-27.
- Simatupang, T. M., Silalahi, F. T. R., Okdinawati, L., Nandini, W., & Fajarini, P. F. (2022). Indonesia's innovation policies: evolution and institutional structure. *STI Policy and Management Journal*, 7(2).1-12